

„Nur der Gast sagt, was gut ist“

MARKETING-CLUB Touristik-Manager berät 750 Gastronomie- und Hotelbetriebe

Es reiche nicht mehr aus, einfach nur ein guter Gastgeber zu sein. An die Chefs in Gastronomie und Hotellerie werden heutzutage mehr Ansprüche gestellt.

VON HANS BEGEROW

OBENSTROHE – „Als Unternehmer muss man hinter dem Geld her sein. Es reicht nicht mehr aus, wenn man nur ein guter Gastgeber ist“, sagt Björn Grimm zum Wettbewerb in der Gastronomie- und Hotelbranche. Der Touristik-Manager aus Emden hat 750 Gastronomie- und Hotelbetriebe beraten. Aus seinen Erfahrungen berichtete er am Montagabend im Upstalsboom-Landhotel Friesland in Obenstrohe vor Mitgliedern des Marketing-Clubs Weser-Ems.

Nah am Markt

In der Gastronomie und Hotellerie gibt es für den Kunden ein breites „Erlebnis-Spektrum“. Das liege zum einen daran, dass die Einstiegsqualifikation niedrig sei. „Tolle Kellner oder tolle Köche“ seien nicht automatisch gute Geschäftsführer, so Grimms Erfahrung. Eine zweite Risiko-Gruppe bestche in den ehemals Erfolgreichen, wo die Ertragssituation zu gering sei, um Rücklagen zu bilden. Schließlich bestche Beratungsbedarf bei den Betrieben, die in zweiter oder dritter Generation geführt werden, so Grimms Erfahrung.

Was rät er den Betrieben? Kosten optimieren, Liquidität sicherstellen. Sich die Frage stellen: Wie nah bist du am Markt? Grimm hat freilich auch erfahren, „dass viele Be-



Club-Geschäftsführer Wilhelm Tanke (links) und Präsident Hartmut Loerts-Sabin (rechts) begrüßten Björn Grimm beim Marketing-Club Weser-Ems.

BILD: HANS BEGEROW

triebe kein Kostenproblem haben, sondern ein Umsatzproblem“. Dann gelte es Konzepte für die Betriebe zu entwickeln.

Köche im Fernsehen

Populär sind Fernsehsendungen, in denen Gastronomiebetriebe von „Profis“ beraten werden. Der Koch Christian Rach aus Hamburg („Rach der Restaurant-Tester“) ist so ein Beispiel. Grimm hat selbst das Format „Mein Restaurant“ hinter den Kulissen begleitet. Seine Haltung zu solchen Sendungen sei eher ambivalent gesteht er. „Es ist sicher unterhaltsam“, sagt Grimm. Er weist jedoch darauf hin, dass die öffentliche Zurschaustellung von

Schwächen auch geschäftsschädigend sein kann, „wenn der Küchenchef vor laufender Kamera rund gemacht wird.“

Thema neue Medien

Was der Berater Grimm als Gast nicht erleben möchte? Er hält Sauberkeit und Freundlichkeit für das A und O in der Branche. Und was Grimm auch nicht schätzt, sind inkompetente Mitarbeiter. „Der Gast ist der einzige, der sagt, was gut und schlecht ist.“ Auch die neuen Medien stellen Hotellerie und Gastronomie vor Herausforderungen. Einerseits müssten sie diese Medien nutzen, um Kunden zu erreichen. Andererseits müssten sie ihre Fallstricke kennen, etwa mit (eventuell

negativen) Kundenbewertungen umgehen.

Der geschäftsführende Vorstand des Marketing-Clubs Weser-Ems, Wilhelm Tanke, lobte den gewählten Standort für die Veranstaltung. Der Marketing-Club unterstreiche mit seinen wechselnden Vortragsträgern sein regionales Verständnis.

1992 gegründet

Der Marketing-Club, Weser-Ems, 1992 gegründet, hat nach eigenen Angaben 150 Mitglieder aus Industrie, Handel, Forschung, Lehre, Banken, Versicherungen, Werbeagenturen und Unternehmensberatungen.

➔ Mehr Infos unter www.marketingclub-weser-ems.de